

商業統計調査から経済構造実態調査へ

著者	菅 幹雄
出版者	法政大学日本統計研究所
雑誌名	研究所報
巻	52
ページ	17-24
発行年	2021-01-31
URL	http://doi.org/10.15002/00023743

商業統計調査から経済構造実態調査へ

菅 幹雄*

はじめに

令和2年(2020年)、商業統計調査は、「公的統計の整備に関する基本的な計画(平成30年3月6日閣議決定)」における経済統計の体系的整備に関する要請に基づき、経済センサス-活動調査の中間年における経済構造統計の整備・充実を図るため、経済構造統計に統合・再編され、廃止された。昭和27年(1952年)に調査を開始して以来、約70年の歴史に区切りをつけることになった。筆者は経済産業省および総務省統計局の研究会に参加し、商業統計調査の経済構造統計への統合・再編に関係した。本稿の目的は、今回の統合・再編の背景を整理し、その経緯を記録に留めることである。

1. 商業統計調査の特徴

まず商業統計調査とはどのような調査だったのかを整理しておこう。商業統計調査の特徴は、(1)調査対象が卸売業、小売業だけでなく、かつては飲食業も含んでいたこと、(2)調査単位が事業所、(3)抽出方法が全数調査、(4)調査時期が周期調査(2年以上の周期間隔で実施される統計調査)、(5)調査の目的が商業に関する施策の基礎資料を得ることであった。

(1)商業統計調査の調査対象は卸売業、小売業だけでなく、かつては飲食業も含んでいた。商業統計調査の沿革¹には昭和33年に「甲及び乙調査から飲食店を切り離して丙調査(飲食店調査用)とし、甲、乙、丙の3種類の調査票に分割」したこと、昭和60年に「財政上の事情により甲・乙調査と丙調査を分離し、丙調査は甲・乙調査の翌年に実施することに変更」したこと、「丙調査は、…平成4年調査をもって調査中止」されたことが記されている。昔は運輸業、通信業などは公共企業体(日本国有鉄道、日本電信電話公社)や国営(郵政事業)であったから、商業統計調査は民間のサービス活動のかなりの部分をカバーしていた。

(2)調査単位が事業所であったことは、調査結果の地域表章が可・不可と関係している。日本標準産業分類一般原則では事業所を次のように定義している。「経済活動の場所的単位であって原則として次の要件を備えているものをいう。①経済活動が単一の経営主体の下において一定の場所すなわち一区画を占めて行われていること。②財又はサービスの生産と供給が、人及び設備を有して、継続的に行われていること」²。ポイントは場所的単位であるからこそ、地域表章が可能であったことである。企業調査では、本社所在地で地域表章される。本社は東京、大阪に集中している

*法政大学経済学部教授・法政大学日本統計研究所所長

¹ 経済産業省ホームページ「商業統計」、アドレス:

<https://www.meti.go.jp/statistics/tyo/syougyo/gaiyo.html#menu04>

² 総務省「日本標準産業分類(平成25年10月改定)(平成26年4月1日施行)」、アドレス<

<https://www.soumu.go.jp/toukei-toukatsu/index/seido/sangyo/H25index.htm>>、アクセス日:2020年5月23日

から、企業調査では地域経済の実態はわからない。なお調査単位を事業所とするときの問題は、報告者が調査票に記入できるかである。商業統計調査が開始した時点(昭和 27 年)においては、多くの商店は零細であり、個人経営の単独事業所であった。事業所＝個人企業であるから、報告者は帳簿をそのまま転記すればよかった。調査単位と経営単位の違いによる記入上の問題はなかった。

(3)全数調査であったことは、わが国では流通政策上、都道府県のみならず、市町村や商店街レベルという細かい地域表章のニーズがあったことに関係している。全数調査ならば、市町村や商店街レベルという細かい地域表章が可能である。それでは標本調査ならばどうかであろうか。経済産業省の研究会では、試みに標本調査(層化抽出)で商業統計調査を設計してみたが、都道府県レベルでさえ、抽出率が高くなる都道府県が多く出てきて、標本サイズが大きくなりすぎ、調査・報告負担はかなり大きいことが確認された(経済産業省(2018))。これならば全数調査にして、ただし調査頻度を少なくする(2年以上の周期で実施する)方がよい。

全数調査のデメリットは報告者負担が大きいことである。全ての事業者が詳細な帳簿をつけているわけではない。いわゆる「白色申告」の事業者は、複式簿記による帳簿や青色申告決算書などは必要なく、簡単な記帳による収支内訳書の提出のみで済む。記帳する内容は、売上先や金額などの収入、必要経費などで、特に簿記の知識がなくても対応できる。だが、調査事項によっては記入が簡単ではないときがしばしばある。そうすると調査者がケアをする必要がある。また、大量の調査員を雇用しなければいけないが、人口が増加している時代にはそれが可能であった。

(4)調査の時期が周期調査であったのは、調査頻度を少なくして全数調査を行うためである。すなわち商業統計調査は、昭和 27 年(1952 年)に調査を開始して以来、昭和 51 年(1976 年)までは 2 年ごと、平成 9 年(1997 年)までは 3 年ごと、平成 19 年(2007 年)までは 5 年ごとに本調査を実施し、その中間年(本調査の 2 年後)には簡易調査を、平成 19 年以降は経済センサス活動調査実施の 2 年後に実施していた。

周期調査のデメリットは、国民経済計算の推計に活用しにくいことである。国民経済計算は毎年推計されるからである。ただし、商業統計調査の目的は「商業を営む事業所について、産業別、従業者規模別、地域別等に従業者数、商品販売額等を把握し、我が国商業の実態を明らかにし、商業に関する施策の基礎資料を得ること」であって、そこには「国民経済計算」という文言はなかった。

(5)調査の目的が「商業に関する施策の基礎資料を得ること」とは具体的にどういう意味であろうか。そもそも「商業に関する施策」とは何であろうか。これに関連するものとして、「流通政策」を見てみよう。前者は後者の一部ではあるが、その大きな部分を占めているからである。

渡辺(2001)によれば、「流通政策」とは生産から消費にいたる流通の機能や活動を対象に実施される公共政策であり、その目的は流通の「望ましい状態」を達成することである。「流通の望ましい状態」とは生産と社会をつなぐという流通システムの社会的・経済的機能が、効率的かつ有効に発揮されているかどうかにある。その流通政策の中に「流通活動の調整に関する政策と振興に関する政策」がある。「調整政策」とは、競争条件の調整という観点から、大企業からの競争圧力を緩和す

ることによって中小商業者の事業機会を確保することを目的とした政策である。「振興政策」とは、経営資源的にみて大企業に比べ劣位な中小商業者を、市場メカニズムに基づく公正な競争のルールの下で、健全な競争主体として育成し自立を促したり、環境変化への適応を支援する施策である。わが国では調整政策として大規模小売店舗法と振興政策としての中小小売商業振興法が相互補完的な政策体系を形成していた。したがって、「商業に関する施策の基礎資料を得ること」とは、大型店の出店の影響を受ける中小小売商の事業所数、従業者数(特に個人業主数と家族従業者数)、商品販売額を把握することであった。渡辺(2001)は次のように書いている。

大規模小売店舗法と中小小売商業振興法の制定にもかかわらず、中小小売商の経営環境は好転しなかった。そのため70年代末以降、大規模小売店舗法の改正や運用強化によって、大型店の出店を制限する方向に調整政策はシフトしていったが、中小小売商の衰退や商店街の地盤沈下などという大局的状況に変化はなかった。とりわけ衝撃的であったのは、85年商業統計における中小小売商を中心とした小売商店数の激減であり、中小小売商点数の減少傾向はとどまることなく現在も続いている。(下線は著者による)

この記述は商業統計が商業に関する施策にいかに関与したかをうかがわせる。

流通政策の主要な価値基準は、「流通の効率性」と「有効性」にある。こうした価値基準に基づく政策目標には①流通生産性の向上、②競争公平性の確保、③取引便宜性の向上、④配分平等性の確保がある。流通政策の主要な価値基準である「流通の効率性」はどのように測っていたのか。林(1962)は高度成長にとってもっとも直接的なボトルネックになっているものの一つとして商業を中心とした流通部門をあげて、その効率性の遅れについて次のように述べている。

数年来つづいた各産業における生産諸部門の設備拡張と近代化、それに伴う出荷増大と生産性向上にくらべて、いわゆる商業部門は、この間依然として旧態の殻を大きく破ることができなかった。旧来の卸・問屋の機構や小売商の体制が弱体で、増大の一途を辿る生産物を高能率で消化しえないことに気づいたメーカーは、いわゆるディーラーヘルプス³のあの手この手に狂奔しはじめた。

わが国では流通の多段階性が不効率の原因の一つであると考えられた。流通の多段階性の指標として W/W 比率があった。W/W 比率とは、卸業販売額から本支店間取引額を差し引いたものを、卸売業以外のユーザー向け販売額(小売業向け・産業用向け・国外直接輸向け・消費者向け)で割った値であり、数値が1に近いほど卸売業者間の取引回数が少ないことを示す。商業統計調査とは、この W/W 比率を計算するために年間商品仕入額の仕入先別割合と、年間商品販売額のうち販売先別割合を調査していた(図 1)。

³ メーカー(ときには卸売商)による自社製品の販売店に対するさまざまな支援の総称。

16 年間商品仕入額の仕入先別割合	① 本支店間移動	② 自店内製造	生産業者		⑤ 卸売業者・その他	⑥ 国(直接輸入)外	合 計
			③ 親会社	④ その他			
平成18年4月から19年3月までの1年間(この期間で記入困難な場合は最寄りの決算日前1年間)の商品仕入額について、その仕入先別割合を整数(小数点以下は四捨五入)で記入してください	%	%	%	%	%	%	100 %
17 年間商品販売額のうち卸売販売額の販売先別割合	① 本支店間移動	② 卸売業者	③ 小売業者	④ 産業用使用者・その他	⑤ 国(直接輸出)外	合 計	
第2圖7(1)項「年間商品販売額」のうち卸売販売額計に記入のある場合は、その販売額の販売先別割合を整数(小数点以下は四捨五入)で記入してください	%	%	%	%	%	100 %	

図 1 平成 19 年商業統計調査の調査票(一部)

その当時の流通が不効率であった原因の一つとして、中小小売商店が多数存在したことがあった。伊東(1970)は次のように描いている。

義務教育を終えて、住み込みで働く小僧さん、店員一かれらは戦前は年二度のおしきせとこづかいだけで、朝早くおきて道路をはき、夜おそくまで店に立って働いたそれは年季があけた時店をわけてもらえるという希望があったからである。やがて一軒の店を持ち、田舎の両親一戦前その多くは小作人であった一を呼び、東京見物をさせ、またできれば国から小僧を雇い故郷に錦をかざるとい夢を持っていた。日本の商店が、つねに小商店群出の圧力を持っていたのは当然といえる。日本は小規模な数多くの商店をかかえ、そのひとつひとつの商店が一商品当り多くの流通マージンを吸収してしまうという非合理的な流通の末端機構を持つようになった。

こうした「非合理的な流通の末端機構」が物価上昇の要因の一つになっていることを指摘したのは高須賀(1972)である。高須賀は「生産性格差インフレーション」を以下のように定義した。

経済の異種産業間に生産性格差が発生し、生産性の高い産業で価格を硬直的に維持すれば、等価交換比の傾向があるかぎり、生産性の低い産業では価格騰貴が生ずる。つまり従来等価交換されていた商品のうち一方で生産性が二倍になったにもかかわらず、価格が一定ならば、他の商品は価格が二倍にならなければ、以前と同じ交換条件とはいえない。こういう形で価格上昇をひとまず「生産性格差インフレーション」と呼んでおこう。

まさに、「小規模な数多くの商店をかかえ、そのひとつひとつの商店が一商品当り多くの流通マージンを吸収してしまうという非合理的な流通」(伊東)こそが「生産性の低い産業」であった。そして当時は今日とは違って物価上昇が大きな問題となっていた。このような背景のもとで流通の効率化が物価対策に有効であると考えられ、注目されていたのである。

2. 商業を巡る状況の変化

商業統計調査を開始した頃と、今日では商業を巡る状況は大きく変化した。それに対して商業統計調査の特徴が時代にそぐわないものになってきていた。個人事業所が減少する一方で、傘下に複数の事業所を所有し経営する複数事業所企業（スーパーやコンビニ）の事業所数が増えていた。こうした複数事業所企業では、調査単位と経営単位のアズレが生じるようになっていた。例えば、仕入を事業所ではなく、本店で一括して行うケースが出てきた。事業所では仕入額を知らないで、仕入額を記入することは難しくなっていた。そこで商業統計調査では仕入額を本店（企業単位）で記入するなどの工夫がなされていた。だが、仕入額と同様に事業所では記入できない項目は増えていた。ちなみに経済センサス-活動調査において、単独事業所企業と複数事業所企業に分けて調査を実施するという調査手法をとっているのは、こうした事情を配慮したためである。ちなみに単独事業所企業と複数事業所企業の概念は、もともとは米国経済センサスのシングル・ユニット（single units）とマルチユニット（multi units）という概念を導入したものである⁴。

かつて林(1962)が指摘した不効率な流通の多段階性については、W/W 比率が 1976 年の 1.71 から 2007 年には 1.57 まで低下し、流通経路が短縮していた。そもそも流通の不効率性が問題となったのは、それが物価を押し上げる要因と考えられたからである。だが、わが国では 1999 年以降、デフレーション（以下、「デフレ」と略す）に突入した。その頃、流通革命等で生産性が上がり、物価が下がっていったという「良いデフレ」の意見⁵があったように、物価を押し上げる要因としての不効率は解消されたと認識された。

表 1 W/W 比率の推移

	卸売業全体の販売額 （兆円）	本支店間移動 （兆円）	本支店間移動を除いた 販売額（兆円）	卸売業者以外の販売額 （兆円）	W/W 比率
1976	217	15	202	118	1.71
1979	268	18	250	144	1.74
1982	391	23	368	214	1.72
1985	421	26	395	248	1.60
1988	439	30	410	253	1.62
1991	565	29	535	325	1.65
1994	509	26	483	299	1.62
1997	475	24	451	292	1.54
2002	410	17	393	253	1.56
2007	411	24	387	247	1.57

さらに日米構造問題協議をきっかけとして、大規模小売店舗法が緩和され、最終的に廃止されるようになった。これにより、中小小売商店数は大きく減少し、いわゆる「シャッター通り」（シャッターを下ろし、営業をしていない店舗が多く並ぶ、駅前や市街地にある、衰退した商店街）が各地で出現した。大規模小売店舗法の廃止の代わりに制定された大規模小売店舗立地法は、大規模小売店

⁴ 菅・宮川(2014)でシングル・ユニット（single units）とマルチユニット（multi units）を紹介している。

⁵ 『2001 年（平成 13 年）度 経済財政白書』

舗(小売店舗の面積が 1,000 平方メートルを超える施設)の出店に際して、買い物客等による交通渋滞やお店から発生する騒音・ゴミ問題など、周辺地域の生活環境に与える影響を考慮することが目的である。同法には大規模小売店舗法のような調整項目が存在せず、中小小売商店の実態把握というニーズは薄れた。

一方で宮川(2020)が述べているように、国民経済計算の GDP 推計において、商業マージンの精度が問題となりつつあった。従来、商業統計調査では商業マージンの把握に重きを置いていなかった。個人事業所は商品仕入額を記入することが難しかったからである。そのため、商業統計調査では、個人事業所あるいは、法人でない事業所は年間商品仕入額の記入を免除していた。法人企業については本店で企業単位の年間商品仕入額を調査していた。

3. 統計体系の変化

商業統計調査を開始した頃と、今日では統計体系も大きく変化した。まず、行政記録情報の活用、経済センサス-基礎調査、経済センサス-活動調査が開始され、それを活用してビジネスレジスターの整備が進んだ。また政府では産業連関表の供給・使用表(SUT)への移行が決定した。わが国の産業連関表は約 400 部門という詳細さと専門的な技能がある作成者による高い精度の表として高く評価されてきたが、国際標準ではなかった。わが国で産業連関表作成のベースとなったのは経済産業省生産動態統計調査と工業統計調査である。生産動態統計調査は、品目別に生産量と原材料投入量を毎月調査しており、抜群の精度を誇っていた。ただし、生産動態統計調査はカバレッジを 75%確保するように設計されていたので、残りを補うために工業統計調査が用いられた。高度成長期は製造業のウェイトが高く、生産動態統計調査及び工業統計調査中心でも精度の高い表を作成可能だった。ただし生産動態統計調査はもともと、第二次世界大戦後の経済統制のために開始された統計であり、海外にも類似した調査は少なかった。したがって、わが国の産業連関表の作成方法は国際標準になりようがなかった。そしてわが国の経済的地位が高かった頃は、日本の独自性はプラスに評価されたが、低下するにつれマイナスに評価されるようになった。またサービス業のウェイトが高まったため、サービス業をカバーする統計が必要になり、それが経済センサス-活動調査、そして経済構造実態調査の創設につながったが、これらのデータを活用した場合の産業連関表の推計方法は従来とは当然ながら異なるものにならざるをえなかった。

さらには産業連関表の供給・使用表(SUT)への移行だけではなく、年次ベースの供給・使用表(年次 SUT)が求められるようになった。そのために経済センサス-活動調査の中間年の年次産業統計調査が開始されることになった。これが経済構造実態調査である。同調査では、ビジネスレジスターの情報をフルに活用することによって、企業単位で調査しながら、都道府県単位の表章が可能になった。国民経済計算推計の基礎資料の提供と、地域のデータニーズを両立させることに成功したのである。

より詳しく説明すると、以下ようになる。ビジネスレジスターは、事業所の母集団名簿データベースのことであるが、単なる母集団名簿ではなく、多機能性がある。企業組織構造(企業と事業所のリンク)に関する情報が格納されているので、事業所単位のデータを企業単位に変換することが、

あるいはその逆も可能になった。すなわち、企業単位で調査したデータを、事業所単位に変換することが技術的に可能になった。したがって、企業単位の調査でも、都道府県レベルであれば地域表章は可能であり、将来的に技術が進めば、より細かい地理区分での表章もできる可能性がでてきた。地域で層を切らなくて済むのであれば、標本調査(層化抽出)の標本サイズは少なくなる。

4. 商業統計調査の見直しの検討

こうした状況下、経済産業省において商業統計調査の見直しの検討が行われた(経済産業省(2018))。その基本的な考え方は、従前の商業統計調査で把握していた調査項目について、

①(基準年として)5年に1回調査する項目

②毎年調査する項目

に整理し、①については「経済センサス-活動調査」での把握を検討、②については見直し後の商業統計調査(年次調査)で把握するというものであった。

調査事項については、「見直し後の商業統計調査(年次調査)は、GDP 統計の精度向上等の観点から、毎年必要な調査項目に重点化して把握することとする。具体的には、年間商品販売額や年間商品仕入額など、GDP統計の精度向上に必要な商業マージンの算出に必要な調査項目や生産性把握に必要な調査項目に重点を置き、他の調査項目は、調査手法に合った調査項目の設定、結果精度の確保、調査客体の負担軽減の観点から、年次調査としては実施しない。」とされ、「商業に関する施策」から「GDP 統計の精度向上」に重点を移していた。

また調査方法については「効率的に調査を実施し、早期に公表する必要から、平成 28 年経済センサス-活動調査の確定名簿を母集団とし、調査対象事業所・企業を抽出する標本調査による実施を検討する。」とされた。ただし、標本調査の設計は容易ではなかった。詳細な地理区分での表章という制約が残っていたからである。

こうした商業統計調査の見直しの検討の中、商業統計調査の経済構造実態調査への再編・統合案が浮上した。

5. 経済構造実態調査への再編・統合

もともと経済構造実態調査はサービス産業を対象として開始されたが、商業にも同様な手法を応用することが提案されたのである。総務省統計局及び経済産業省の研究会で試算してみたところ、調査が実施可能な標本サイズに収まることが分かった。そうすると、(1)事業所単位、(2)全数調査という制約がなくなり、かつ毎年実施できる見通しがたった。国民経済計算推計への基礎資料の提供も可能になったのである。経済産業省(2018)は次のように記している。

商業統計調査を取り巻く政府統計の統計改革の状況については、一昨年来の政府部内の統計見直し議論を経て、平成 29 年 5 月に統計改革推進会議の最終取りまとめが行われた。これを受けて、経済産業省は、年次化する商業統計に加え、サービス産業関連統計、工業統計等により構成される、GDP統計の推計等に必要な項目を産

業横断的に把握するための新たな枠組みである「ビジネスサーベイ(仮称)」の創設に向けて、経済センサス活動調査の中間年の経済構造統計を作成するための基幹統計調査として「経済構造実態調査(仮称)」を 2019 年度から総務省との共管により創設するべく検討することとし、経済産業省単体で実施していた商業統計調査の今後の在り方に関する見直し作業を中止し、以降は、総務省と共同で検討を行った。

こうして商業統計調査の経済構造実態調査への再編・統合が決まった。ただし、商業統計調査の調査事項のうち削除されたものがあった。それは W/W 比率の計算に関係する調査事項であった。わが国の流通構造の不効率性の原因とされた流通の多段階性は短縮され、物価を押し上げる要因では最早なくなった。一方で供給・使用表の作成のための中間投入に関する調査事項が設定されたが、この調査事項の報告者負担が高いことが懸念され、必要性が相対的に低い調査事項は出来るだけ削減することになった。

だが、宮川(2020)が指摘しているように、W/W 比率の計算に関係する調査事項には GDP 推計の精度向上につながるものがある。供給・使用表作成の目的が GDP の精度向上であるとすれば、皮肉なことである。中間投入に関する調査事項が安定して調査できるようになったら、調査事項を一部復活することを検討してもよいのではないかと考える。

ところで、商業統計調査で提供されてきた集計表の中には、令和 3 年経済センサス活動調査の集計表として拡大して引き継がれることになったものがある。以前の商業統計調査には「立地環境特性編」があり、これは「中心市街地活性化基本計画」の作成及びその評価のための基礎資料など、地方公共団体において広く利用されていたが、商業統計調査が平成 26 年調査を最後に中止されたため情報が提供されなくなった。だが「立地環境特性編」に対するニーズは高く、経済センサス活動調査での集計・公表についての要望が多数あった。さらに飲食サービス業等の個人向けサービス業の集計対象への追加要望もあった。そこで令和 3 年経済センサス活動調査の集計表として公表されることになった。これは商店街の分析に非常に役立つものと期待される。

参考・引用文献一覧

- 伊東光晴(1970)『保守と革新の日本的構造』筑摩書房
- 岩永忠雄、佐々木保幸(2008)『流通と消費者』慶応義塾大学出版会
- 経済産業省(2018)『商業統計調査の今後の在り方に関する調査研究(平成29年度)』
- 菅幹雄、宮川幸三(2008)『アメリカ経済センサス研究』慶応義塾大学出版会
- 高須賀義博(1972)『現代日本の物価問題』新評論
- 林周二(1962)『流通革命』中公新書
- 宮川幸三(2020)「商業統計データによる流通経路別マージン率の分析－商業部門の統計精度向上に向けた一考察－」『法政大学日本統計研究所所報』、No.52
- 渡辺達朗(2001)『現代流通政策』中央経済社